

**Pengaruh Personal Selling, Harga, Kualitas Produk dan Iklan  
terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda Revo Fit  
Fi (Studi Kasus Pada PT Nusantara Sakti Semarang)**

**COKRO WICAKSONO**

(Pembimbing : DR Mahmud, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201001987@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dari Personal Selling, harga, kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Sakti Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 73 orang responden yang terdapat di Semarang dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang di dalamnya terdapat uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas), multiple linear, uji hipotesis (Uji T dan F) dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah personal selling dengan nilai koefisien regresi 0,242 dan berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya adalah 0,005. Harga dan kualitas produk menjadi faktor kedua dan ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi 0,250 dan 0,257 dan berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya 0,017 dan 0,012 serta faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Iklan dengan nilai koefisien regresi 0,289 dan berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya adalah 0,001. Secara simultan Personal selling, Harga, Kualitas produk, dan Iklan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai probabilitasnya 0,000 dan dalam pengujian koefisien determinasi keempat variabel diatas dapat dapat menerangkan variabel Y sebesar 78,8 %.

Kata Kunci : Personal Selling, Harga, Kualitas Produk, Iklan dan Keputusan pembelian

**The Effect of Personal Selling, Price, Products Quality and  
Advertising towards Purchasing Decision of Honda Motorcycle Revo  
Fit Fi (Case study at PT Nusantara Sakti Semarang)**

**COKRO WICAKSONO**

(Lecturer : DR Mahmud, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201001987@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

This study aims to examine the influence of personal selling, price, product quality and advertising towards purchasing decisions of Honda motorcycles Revo Fit FI at PT Nusantara Sakti Semarang. Sample that used in this study as many as 73 respondents located in Semarang and the analysis tools used is multiple linear regression in which there is a data quality test (validity and reliability), classical assumption test (normality, multicollinearity, and heterokedastisitas), multiple linear, hypothesis test (test T and F) and test of coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis show that personal selling is the most affecting factor on purchasing decision with regression coefficient value is 0,242 and have significant effect with the probability value is 0,005. Price and product quality become the second and third factors that affecting on purchasing decisions with regression coefficient value 0,250 and 0,257, and have a significant effect with the probability value of 0,017 and 0,012, and the last factor that affecting on purchasing decision is advertising with the regression coefficient value of 0,289 and have a significant effect with a probability value is 0,001. Simultaneously personal selling, price, product quality, and advertising have a significant effect with probability value 0,000 and determination coefficient test of the four variables can be explained of Y variable are 78,8%.

**Keyword** : Personal Selling, Price, Quality Products, Advertising and purchase decision